# Profil de l'industrie brassicole

## Introduction

La bière est la boisson alcoolique la plus consommée dans le monde. La grande majorité des pays en produisent et les variétés de produits sont nombreuses. Au Québec, depuis une dizaine d'années, le marché s'est graduellement enrichi de divers produits de qualité, d'origines locales et importées, qui font que la bière est de moins en moins considérée comme le parent pauvre du vin.

L'industrie brassicole québécoise est en pleine effervescence. Cette industrie, où a prédominé un protectionnisme pendant plus de 70 ans doit maintenant cohabiter avec un nombre croissant de compétiteurs des autres provinces et étrangers. Cette nouvelle réalité a forcé les grands brasseurs à rationaliser et à optimiser leurs opérations en vue d'une compétitivité accrue, particulièrement face à nos voisins américains. De plus, nous avons assisté à un développement significatif du marché des bières de spécialité par les microbrasseries.

## La bière

*Le produit*

Les matières premières utilisées dans le procédé de fabrication de la bière sont le malt (et/ou autres céréales et succédanés), le houblon, la levure et l'eau. Le procédé nécessite quatre opérations principales, soit le maltage, le brassage, la fermentation et finalement, une fois le produit refroidi, mature et stabilisé à basse température, il est filtré ainsi que pasteurisé avant d'être embouteillé.

*Classification des bières*

On peut classifier les bières selon divers critères : le degré d'alcool, la coloration, l'origine, les ingrédients et le type de fermentation. Il en ressort trois classifications principales. Tout d'abord, la classification législative consiste principalement à choisir un étalon basé sur le degré d'alcool. Dans l'industrie on utilise une classification basée sur le type de fermentation. On distingue trois familles principales : les ales (fermentation haute), les lagers (fermentation basse) et les lambics (fermentations spontanée). Finalement, il existe une classification selon le dégustateur, qui est basée sur les caractéristiques sensorielles principales des produits, telles que la douceur, l'acidité, l'amertume, etc.

## Secteur des bières de spécialité

*Brasserie de type " artisanal "*

On compte douze établissements du genre au Québec, principalement des restaurants ou bars qui produisent de la bière destinée à la clientèle qui les fréquente. Le volume de ces productions est cependant négligeable par rapport au volume de bière consommé annuellement au Québec, soit environ 0,15 % de la consommation québécoise. En outre, puisque le marché du détail est passablement encombré, les possibilités de développement de la production artisanale sont excellentes.

*Microbrasseries*

Les microbrasseries, par dénomination, sont des petites brasseries possédant un permis de fabrication industrielle et dont les capacités de production sont inférieures à 100 000 hl par année. Ce secteur a principalement été initié par la création et le développement d'un marché sans cesse grandissant de bières distinctives occupé uniquement par les importations de la SAQ. Voyant cette occasion nouvelle au Québec, quelques projets d'implantations de ces petites brasseries ont été réalisés. L'objectif était d'offrir des produits de fabrication locale, inspirés de formulations et de procédés européens, généralement plus caractérisés en termes de propriétés gustatives que les produits fabriqués par les grandes brasseries.

Les microbrasseries sont apparues en deux séquences. Tout d'abord, les microbrasseries de première génération ont entrepris leurs activités à la fin des années 80 et ont été les premières de ce mouvement. Dans l'ensemble, ces entreprises ont connu une croissance remarquable. Par la suite, un deuxième groupe s'est joint à ce premier à la fin de 1995 et en 1996. En fait, puisque le marché était en forte expansion, plusieurs promoteurs ont flairé l'occasion de se lancer en affaires. On a donc assisté à l'arrivée de microbrasseries de la deuxième génération et, fait nouveau, des microbrasseries éloignées des grands centres urbains se sont implantées. Cependant, il est prévisible que ces entreprises soient confrontées à des problèmes sérieux qui risquent même de menacer leur existence. Ces éventuels problèmes sont

surtout reliés au conservatisme des consommateurs, au faible bassin de population et aux coûts élevés pour desservir ces régions.

Quoique le marché global de la bière soit mature, le positionnement des bières de spécialité fabriquées par les microbrasseries est différent puisque l'on se rend maintenant compte que celles-ci sont souvent en compétition avec le vin. Ce phénomène s'explique notamment par la nature même de la clientèle qui consomme des bières de spécialité. Celle-ci est habituellement âgée de 25 à 50 ans, est composé autant d'hommes que de femmes, possède un niveau de scolarité supérieur à la moyenne et dispose également d'un revenu plus élevé. Les consommateurs sont moins sensibles aux prix et davantage à la recherche de produits à l'allure distinctive, de produits au goût différent. Cette transformation du consommateur type a permis au secteur des microbrasseries de connaître une forte progression depuis sa création. Ce mouvement est encore en croissance et le demeurera au cours des prochaines années. Il est d'ailleurs probable que les grandes brasseries profitent, par effet d'entraînement, des retombées d'une valorisation des produits brassicoles apportée par les microbrasseurs.

Parallèlement au développement de ce secteur, les règles qui régissaient le marché de l'industrie brassicole ont considérablement été modifiées. L'élimination des barrières interprovinciales en 1992 et l'application des accords régissant le commerce international en 1993 ont rendu possible la concurrence des brasseries ontariennes et américaines. Les exportations américaines provenant principalement de brasseries industrielles ne risquent pas d'affecter le marché québécois des microbrasseries. Cependant, les microbrasseries ontariennes ont déjà accaparé 50 % du marché des microbrasseries québécoises. Aussi, des efforts sont-ils déployés afin de développer le marché de l'exportation québécoise, qui représente 3 % de la production des produits de microbrasserie. À notre avis, le marché des bières de spécialité au Québec demeurera probablement faible par rapport aux produits conventionnels (2 à 3 %).

*Bières importées*

Le marché des bières importées a tout d'abord été développé par la SAQ, qui a entrepris la vente des ces produits au début des années 70. La progression des ventes a été relativement constante depuis le début, bien que l'on ait observé une augmentation importante au cours des dernières années. On compte maintenant environ cent produits brassicoles importés. Cependant, depuis le 1er octobre 1993, les brasseurs étrangers ont accès au marché du détail et à celui de la restauration. On trouve donc maintenant des produits importés dans le réseau des épiceries et des supermarchés. Malgré les modifications fondamentales qui ont lieu, la SAQ poursuit la vente de produits importés à l'intérieur de son réseau, puisqu'il n'est pas dans les objectifs de toutes les brasseries étrangères de distribuer elles-mêmes leurs produits déjà mis en marché par la SAQ. En complémentarité, on trouve aussi des produits étrangers dans une bonne proportion des autres points de ventes du Québec.

**Les bières de fabrication industrielle**

L'ensemble du marché brassicole s'est modifié depuis quelques années. Les grandes brasseries ont perdu près de 7 % de leur part de leurs ventes sur le marché local. D'une part, les microbrasseries ont accaparé près de 2,5 % du marché, la SAQ a conservé la sienne, qui est de près de 1 %, et d'autre part, on note des importations de brasseries des autres provinces et des Etats-Unis qui totalisent près de 4 % du marché. Le désir d'un goût nouveau, la progression des ventes de produits de microbrasseries ainsi que la suppression des barrières commerciales sont les principaux responsables de cette situation. De plus, puisqu'il est probable que les autres intervenants augmenteront leur part respective du marché actuel, celle des grandes brasseries est encore susceptible de décroître.

Malgré une légère hausse depuis 1993, la consommation des boissons alcoolisée a diminué régulièrement aux cours des deux dernières décennies. La population cible qui diminue, le contexte économique, l'augmentation des taxes appliquées, la préoccupation grandissante liée à la conduite avec facultés affaiblies et une consommation réfléchie sont les principaux facteurs responsables. Face à cette baisse de la consommation, l'industrie brassicole canadienne et québécoise s'est restructurée et une opération de rationalisation est en cours. Les économies d'échelle, le prix et la quantité des ingrédients, les frais de distribution et l'image de marque sont en général les principaux éléments qui influencent la compétitivité de cette industrie dans un marché libre. Par ailleurs, l'époque où chacune des brasseries devait posséder une usine de fabrication dans chacune des provinces pour y vendre ses produits est maintenant révolue, puisqu'il est désormais permis de transiter la bière d'une province à l'autre et ce, depuis le 1er juillet 1992. De plus, dans un contexte où certaines bières américaines à bas prix traversent déjà nos frontières, les grands brasseurs canadiens ont introduit, en 1993, une classe de bières à prix inférieurs dans l'objectif de développer ce marché et ainsi réduire l'attrait potentiel des produits étrangers à prix inférieurs. Cette nouvelle classe a accaparé environ 15 % du marché au Québec.

Sur le plan des exportations, mentionnons que les deux grands brasseurs sont de plus en plus actifs en ce domaine. Tout d'abord la Brasserie Molson-O'Keefe exporte vers les Etats-Unis environ 21 % de sa production, soit l'équivalent de 200 millions de dollars, ce qui correspond à 1,5 % de la consommation américaine. De son côté, la Brasserie Labatt exporte près de 7 % de sa production. Ces ventes représentent un montant évalué à 100 millions de dollars et ce dernier représente 0,6 % du marché américain. De plus, soulignons que les brasseries canadiennes exportent leurs produits presque uniquement aux Etats-Unis. C'est aussi dans ce pays que l'on vise le plus à augmenter les exportations canadiennes. Toutefois, l'industrie américaine demeure imposante comparativement à l'industrie canadienne. En effet, nonobstant le facteur de dix entre les deux moyens de production, on observe que l'industrie américaine bénéficie de facteurs d'économies plus importants que l'industrie canadienne. Outre les coûts d'échelle, les brasseurs canadiens font face à des coûts de production plus élevés que ceux des brasseurs américains. Trois raisons expliquent ce phénomène, soit la politique canadienne d'établissement des prix des céréales et le contrôle des importations, la faible quantité de malt de qualité inférieure (donc à faible prix) au Canada par rapport aux Etats-Unis et, enfin, le prix supérieur au Canada des succédanés du malt d'orge qui sont employés dans la fabrication.

L'industrie de la bière au Québec, c'est tout près de 55 000 emplois directs et indirects. Elle compte treize brasseries, deux grandes et onze microbrasseries. Quant aux industries situées en aval et en amont de la production brassicole, elles sont fort nombreuses. En outre, le chiffre d'affaires des brasseurs québécois se situe au-delà de 1,4 milliards de dollars, soit environ cinq fois plus que celui de l'industrie du vin et des spiritueux réunis. Au Québec, les brasseries Molson-O'Keefe ainsi que Labatt occupent à elles seules 94 % du marché de la

production industrielle. De plus, le réseau de distribution utilisé par les brasseurs québécois est très important. En effet, on dénombre 31 600 points de vente au détail desservant le marché de la bière consommée à domicile, en comparaison de seulement 1 300 pour l'Ontario. Ce facteur explique le fait que le prix de la bière vendue en Ontario soit inférieur à celui du Québec.

**Statistiques et informations diverses**

Plusieurs informations sont aussi présentées au sujet de la production de houblon et d'orge de brasserie. De plus, de nombreux tableaux et graphiques documentent le marché, la consommation et la production provinciale, nationale et internationale.

**Pour plus de renseignements**

Vous pouvez communiquer avec Luc Vallée au (418) 380-2101.

Québec
© Gouvernement du Québec, 2002

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries
et de l'Alimentation
200, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec) G1R 4X6
Téléphone (418) 380-2101